

ABSTRAK

Abdurrahman Cholid, 2014 SKRIPSI. Judul : “ Strategi *Positioning* Produk Dalam Membangun Citra Merek Pada Wisata Petik Buah PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Kota Batu “

Pembimbing : **Dr. H. Masyhuri, Ir., MP**

Kata Kunci : *Positioning*, Analisis Deskriptif

Positioning adalah salah strategi yang dilakukan oleh marketer untuk membangun citra atau identitas di benak konsumen untuk produk, merek atau lembaga tertentu. Philip Kotler dalam Hermawan Kartajaya (2010) mendefinisikan *positioning* sebagai tindakan mendesain penawaran dan citra perusahaan sehingga perusahaan dapat berada di posisi kompetitif yang bermakna dan berbeda di benak pelanggan. Begitu juga pada wisata petik buah PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya Kota Batu.

Tujuan yang ingin di dapat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *positioning* produk wisata petik buah PT. Kusuma Satria Dinansasri Wisatajaya kota Batu dalam rangka membengun citra merek. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang tidak memerlukan angka angka, melainkan informasi, baik dari wawancara, observasi ataupun dokumentasi. Informan dari penelitian tersebut yaitu *Assistent Marketing*, *Assistent Adventure*, *Customer* Kusuma Agrowisata. Cara memperoleh data dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif.

Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa strategi *positioning* produk yang digunakan PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisatajaya dalam memposisikan wisata petik buah untuk membangun citra merek di benak para konsumennya dengan menonjolkan atribut atau manfaaat, melalui penggunaan, haraga dan kualitas, dan melalui penonjolan keunggulan dibanding pesaing.